



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
PRINCIPIOS Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

INVESTIGACION DE MERCADO **“COSMÉTICOS NATURALES”**

GRUPO: 2257

INTEGRANTES

Ericka Arguelles González

Angélica Erika Carrera Salazar

Brenda Fragoso Olvera

MAYO 2012



INDICE

Introduccion.....	4
Matriz de Congruencia	6
1. ¿Qué es un cosmético?	7
1.1 Cosmético Natural Y Cosmético Convencional	8
1.2 Cosmética convencional VS Cosmética natural.....	10
Clasificación de los Cosméticos y Productos de Higiene Personal	11
1.3 Ingredientes de los cosméticos	12
1.3.1 Principales Ingredientes convencionales.....	13
1.3.2 Ingredientes de los cosméticos naturales.....	14
1.4 Consecuencias del uso de cosméticos convencionales	16
1.5 Consecuencias del uso de cosméticos naturales	17
2. Sector cosmetiquero en México	19
2.1 Empresas productoras de maquillaje convencional mejor posicionadas en México	22
2.2 Estadísticas De La Industria Cosmética En 2004.....	24
2.3 La Rentabilidad Y Los Posibles Descensos Del Sector Cosmetiquero En México	26
2.4 Consumidores de cosméticos.....	27
3. Empresas beneficiadas con este estudio	31
3.1 Mazunte.....	31
3.2 The Body Shop.....	32

3.3 Botanicus.....	33
3.4 Pasión por lo Natural.	34
4. Investigación de campo.....	35
4.1 Procedimiento.....	37
5. Análisis estadístico de resultados	39
6. Conclusiones.....	49
Bibliografía Consultada	54

INTRODUCCIÓN

El sector cosmetiquero es uno de los mercado más rentables en el mundo, a pesar de las diversas crisis económicas que se presenten, la población no disminuye el consumo de estos, por consiguiente la industria del cosmético nunca se ha visto severamente afectada, ya que los cosméticos se han vuelto “necesarios” o “indispensables” tanto para la higiene personal o por simple cuestión de vanidad (en el caso del maquillaje).

Desde la antigüedad se han utilizado los cosméticos, con base en ingredientes naturales y con el paso de los años se ha buscado mejorar la elaboración de estos recurriendo a la utilización de componentes químicos, debido a que la demanda de estos es cada vez mayor, en consecuencia la elaboración de los mismos ha sido modificada para reducir costos de producción y ofrecer tanto un precio accesible y una presentación atractiva al consumidor.

La creciente demanda de la población y la idea de una industria amigable con el medio ambiente ha influido en el pensamiento de retomar las bases de la cosmética natural, esto ha mediado en algunas empresas para que busquen innovar sus productos, recurriendo a recetas ancestrales así como a disminuir el uso de pesticidas, vitaminas sintéticas y otros químicos en su fabricación; ofreciendo un menor daño a la piel y al medio ambiente.

Actualmente existen pequeñas y medianas empresas que están buscando entrar al mercado de la cosmética natural, pero la fuerte presencia de las empresas de cosméticos convencionales es una barrera que le impide posicionarse en el mercado.

Hoy por hoy no existe un criterio universal, sobre que se puede considerar como Cosmético natural, sin embargo al saber que el producto tiene como base ingredientes 100% naturales, no podemos esperar que el consumidor exija, lo mismo que en un cosmético convencional.

El presente estudio busca aportar estrategias para lograr que la cosmética natural tenga una posición relevante dentro del mercado analizando los criterios de compra del consumidor para así aumentar la demanda de los mismos, enfocándonos principalmente en adultos y jóvenes de entre 18 y 50 años.

Matriz de Congruencia

PROBLEMA: Características que deben cumplir los cosméticos naturales, para lograr una mayor demanda en los consumidores de entre 18 y 50 años

Pregunta	Objetivos	Hipótesis
¿En qué elementos fundamentales los cosméticos naturales difieren de los convencionales?	Comparar diferencias entre los cosméticos naturales y convencionales	Considerando los ingredientes en su elaboración, los cosméticos naturales son menos dañinos que los convencionales.
¿Cuál es el factor que determina el nivel de consumo de los cosméticos naturales en las personas de entre 18 y 50 años?	Analizar el consumo de cosméticos naturales y convencionales en las personas de entre 18 y 50 años.	El precio es un punto clave, que determina el consumo de los cosméticos convencionales en cuanto a los naturales.
¿Qué aspectos toman en cuenta los consumidores de entre 18 y 50 años a la hora adquirir un cosmético?	Determinar la influencia de la presentación en la decisión de compra.	La imagen de un cosmético influye en la decisión de compra.

1. ¿Qué es un cosmético?

Se entiende como cosmético a todo aquel producto que se utiliza para la higiene corporal así como para mejorar el aspecto físico y dar un toque de belleza, especialmente para el rostro (este es el caso del maquillaje); la finalidad de los cosméticos es lograr que el usuario adquiera una apariencia más joven y fresca mayoría de los usuarios de estos productos son mujeres.

De acuerdo con la normativa de la Comunidad Europea podemos definir a los cosméticos como:

Se entiende como cosméticos toda sustancia o preparado destinado a ser puesto en contacto con las diversas partes del cuerpo humano (epidermis, sistema capilar y piloso, labios, uñas, órganos genitales externos o con los dientes y mucosas de la cavidad bucal), con el fin exclusivo o propósito principal de limpiarlas, perfumarlas y protegerlas para mantenerlas en buen estado modificar su aspecto y corregir los olores corporales.



Imagen 1. Cosméticos

Desde la antigüedad el hombre ha buscado utilizar sustancias que se encontraban en la naturaleza para asearse, perfumarse, teñirse el cabello o simplemente embellecerse, estas sustancias iban desde ceras, aceites naturales, sales minerales etc.(Laboratorios Revik, 2010)

1.1 Cosmético Natural Y Cosmético Convencional

Los cosméticos los podemos dividir por el origen de sus ingredientes en convencionales y naturales. Los cosméticos convencionales se caracterizan por que contienen numerosos ingredientes inertes, destinados a Ofrecer una textura, un tacto, un perfume y una conservación a menor costo. Por eso para su producción utilizan ingredientes sintéticos a menudo derivados del petróleo o aceites minerales ¹(Matarrania Cosmética del Aceite de Oliva, 2012)



Imagen 2. Cosméticos de Mazunte

Los cosméticos naturales son aquellos que en su composición el 90% de sus ingredientes son de origen natural como son: extractos naturales, aceites de origen vegetal, sales minerales, mantecas, ceras entre otros.

Conforme con la empresa española MATARRANIA podemos definir la cosmética natural como:

¹ Consulta de la marca española de cosméticos naturales <http://www.matarrania.com/web/taxonomy/term/20>

La cosmética realmente natural aporta una gran cantidad de ingredientes muy activos en su formulación, así que su efectividad es mucho mas alta en otros tipos de composiciones y lo que es más importante, la cosmética natural favorece el proceso de regeneración natural de la piel, representando su equilibrio dejándola sana, purificada y revitalizada.

1.2 Cosmética convencional VS Cosmética natural

La industria cosmética ha buscado maximizar el nivel de producción de sus mercancías conduciéndose a utilizar materias primas de menor precio y que dañan nuestra piel, que es el órgano más grande del cuerpo y por eso es de vital importancia su cuidado y la aportación de nutrientes; pero debido a que estas empresas han introducido ingredientes químicos, de los cuales existen más de seis mil, que ya están permitidos pero que no se controla la cantidad que debe contener cada producto.

Una de las principales características de la cosmética convencional, es que la mayoría de sus componentes son de origen químico derivados del petróleo, debido a que estos representan un bajo costo y son rentables, aunque los resultados del uso de éstos sea en algunos casos contraproducentes, pues algunos químicos son realmente peligrosos y dañinos para la piel. (Sakuma, 2011)



Imagen 3. cosmético convencional

La cosmética natural nace de la necesidad de las empresas de innovar en la industria cosmética, creando productos que sean amigables con nuestra piel y con el medio ambiente, con una calidad y durabilidad semejante a un cosmético natural pero recurriendo a los ingredientes naturales. Entre los principales objetivos que busca la cosmética natural hallamos:

Un producto de cosmética natural respeta en su fabricación el medio ambiente al no contener residuos químicos. Evita el exceso de embalaje y utilizando envases reciclados o reciclables. Es aquí, cuando la promesa de ser amigable con el medio ambiente y la utilización de fórmulas naturales(Sakuma, 2011).

Clasificación de los Cosméticos y Productos de Higiene Personal ²

Productos cosméticos para bebés- niños	
Champús	Champú
Acondicionadores	Acondicionadores
Lociones	Decolorantes del cabello
Aceites	Lacas
Cremas	Geles
Talcos	Mousse
Productos cosméticos para el área de los ojos	Permanentes
Lápiz De Cejas, Lápiz De ojos	Laceadores
Delineador de ojos	Neutralizadores
Sombras de ojos	Lociones tónicas
Removedor de maquillajes para ojos	Productos cosméticos para las uñas
Mascaras para pestañas	Base de esmalte
Productos cosméticos para la piel	Suavizante de cutícula
Rubores	Cremas para uñas
Polvos faciales	Esmalte
Base de maquillaje (liquido, cremoso)	Removedor de esmalte
Correctores faciales	Óleo para uñas
Maquillajes para piernas y cuerpo	Brillos para las uñas
Cremas faciales	Productos para la higiene bucal y dental
Lociones faciales	Dentífricos (todo tipo)
Cremas para manos y cuerpo	Enjuagues bucales (no medicados)
Lociones para manos y cuerpo	Otros productos para la higiene bucal y dental
Talcos para los pies	Productos para después del afeitado
Mascaras faciales	Bálsamo para después de afeitarse
Productos cosméticos para los labios	Lociones para después de afeitado
Lápices labiales	Cremas de afeitar
Brillo labial	Jabones y espumas de afeitar
Protectores labiales	Geles para después de afeitar
Delineadores labiales	Productos para el bronceado, protección solar
Productos cosméticos para el aseo e higiene corporal	Aceites bronceadores
Jabones	Cremas bronceadoras
Talcos	Lociones bronceadoras
Aceites de baño	Cremas protectoras solares
Tabletas de baño	Lociones protectoras solares
Sales de baño	Productos depilatorios
Burbujas y geles de baño	Ceras depilatorias
Champú de baño	Cremas depilatorias
Paños y toallas húmedas	Aceites depilatorio
Productos desodorantes y antitranspirantes	Gel depilatorio
Desodorantes	Productos para el blanqueado de la piel
Desodorantes y antitranspirantes	Cremas blanqueadoras
Productos cosméticos capilares	Lociones blanqueadoras

² Dirección General de Medicamentos, Insumos y Drogas de Perú

1.3 Ingredientes de los cosméticos

La industria cosmetiquera, a la hora de realizar todos y cada uno de sus productos se ve en la situación de tener que maximizar sus insumos y recursos a fin de abaratar costos, esto ha traído como consecuencia, que el uso de ingredientes y sustancias de gran variedad sean utilizados a la hora de hacer un cosmético, el problema es que, actualmente existen componentes químicos que están permitidos, pero no controlados, y que aunque estén presentes en nuestros cosméticos en cantidades mínimas el hecho es que la mayor parte de ellos son utilizados a diario, durante años y años. Esto va creando una carga tóxica en nuestro organismo, que no es capaz de eliminar lo que significa, que en los productos aparecen agentes químicos que nos pueden causar, desde alergias, problemas de pigmentación, cambios hormonales y hasta el punto crítico de cáncer.

Por ejemplo, el informe *Consumiendo Química* publicado en octubre del 2003 por *Greenpeace* demuestra que los aditivos químicos son visibles en las muestras de polvo recogidas en hogares de España, Francia, Italia, Eslovaquia y Reino Unido, Donde se encontraron, entre otros, alquilfenoles, nonilfenol, octilfenol y sus derivados, todos ellos alteradores del sistema endocrino y usado en cosméticos y otros productos de higiene personal.



Imagen 4. Ingredientes químicos

¿Pero realmente quien sabe de qué están compuestos los cosméticos que utilizamos a diario? Es un cuestionamiento que pocas personas se hacen y simplemente compran lo que a criterio de ellos cumple sus expectativas de producto.

El acuerdo por el que se determinan las sustancias prohibidas y restringidas en la elaboración de productos de perfumería y belleza, de la CANIPEC, nos indica que los productos cosméticos no deben contener sustancias que estén clasificadas como cancerígenas o tóxicas, sin embargo a la hora de ver los ingredientes que forman un cosmético, podremos darnos cuenta que esto no es así, es decir, la normativa no se cumple.

1.3.1 Principales Ingredientes convencionales.

Todas las fórmulas, tradicionales y actuales, tienen una base común: los principios activos, el excipiente y los aditivos.

- Principios activos: son los componentes que hacen lo que el cosmético haga lo que promete. Es la actividad de los ingredientes: hidratan, regeneran o reafirman, lo que da resultados visibles y lo que influye en el precio del cosmético. Éstos principios activos pueden ser de origen vegetal, mineral, animal o sintético



Imagen 5. Lanolina

- Excipiente: En la sustancia con la que se mezclan los principios activos, principalmente los laboratorios escogen el excipiente para darles forma ya sea de crema, espuma, loción, etc.
- Aditivos: son los que complementan al cosmético, como el perfume, el color y los conservadores. Son de verdadera importancia en el cosmético pues de ellos depende la penetración que se tenga del producto.

- Sulfatos laurilos: son bases que se elaboran a partir de grasas y aceites, que se usan en las preparaciones de champús y cremas.
- Lanolina: es un tipo de crema, de consistencia grasosa, derivada de carneros, que es usada para ablandar o en la elaboración de jabones de tocador o cremas para la cara.
- Petróleo: es más utilizado en los productos cosméticos como vaselina y aceite mineral.

Estas son solo algunas de las muchas sustancias e ingredientes que tienen un mayor uso a la hora de fabricar un cosmético, y que gracias a la utilización y el aprovechamiento al máximo de ellos, las empresas productoras de maquillaje, logran reducir sus costos y elevar productividad.



Imagen 6. Algunos ingredientes naturales

1.3.2 Ingredientes de los cosméticos naturales.

A diferencia de los cosméticos convencionales, los naturales, hacen uso de plantas medicinales, extractos de flores y claro, la reducción de conservadores y sustancias químicas que alterarían el producto y por lo tanto se perdería la esencia del mismo, por mencionar solo algunas encontramos:

- Aguacate: utilizado en cremas para el tratamiento de la celulitis y personas con tendencia a piel seca.
- Aloe vera: recomendada para pieles sensibles, lastimadas por la exposición al sol, o para brindar luminosidad al cuerpo.
- Aceite de almendras: cuenta con propiedades nutritivas para el cuerpo y la piel, además que hidrata y brinda más brillo.
- Coco: recomendado para pieles grasas y en el caso de personas con cabello seco y maltratado.
- Manzanilla: por las sustancias que la integran a ésta, aporta suavidad además de que protege la piel al tener contacto con ella.
- Ricino: su aceite especialmente aconsejado en tratamientos capilares ya que proporciona brillo y protección al cabello seco y castigado por tratamientos agresivos, además que es recomendado en tratamientos de pestañas.
- Romero: aceite recomendado para pieles grasas, por sus propiedades que ayudan a eliminar impurezas.

Y así en general hay miles de razones, por las que conviene utilizar un producto de origen natural, ya que los beneficios que ofrece son amplios y muy variados.

1.4 Consecuencias del uso de cosméticos convencionales

Basándonos, en los resultados de una investigación acerca del daño de los cosméticos en la piel de las personas, realizado en el año 2009, por una alumna del Centro de Bachillerato Tecnológico Industrial y de Servicios 103 (CEBETIS), obtenemos que la piel al tener un frecuente contacto con sustancias ajenas a nuestro organismo. Es muy probable, que esta



situación este intoxicando a nuestra piel provocando graves problemas, como los anteriormente mencionados desde una alergia, hasta cáncer, esto debido a que la sustancia se absorbe por medio del contacto directo y se va agravando por la cantidad de tiempo en contacto con el cutis.

Imagen 7. Piel dañada por el uso de cosméticos convencionales

Los productos que fueron analizados van desde: maquillaje, desmaquillantes faciales, exfoliantes, cremas hidratantes y mascarillas, que con el uso continuo de ellos, la probabilidad de causar daños es mayor en comparación de quienes las usan muy irregularmente.

Las principales sustancias que pueden llegar a causar intoxicación sobre nuestra piel y organismos son:

- Bis fenol A
- Plomo
- Aceites Minerales
- Fenoles y Feniles
- Colorantes
- Solventes
- Talco
- Mercurio
- Alfa-Hidróxido-Ácidos
- Alcohol Isopropílico
- Aluminio
- Derivados petroquímicos
- Siliconas
- Sulfatos
- Urea
- Acetonas
- Alcanfor
- Etanol

Estas sustancias y la mezcla que tienen con otras más, son una parte de la lista de las muchas sustancias que usadas en productos de higiene personal, son el factor principal en la producción de mas artículos de esta naturaleza, y se oculta por parte de los productores al no revelar en su totalidad, el nombre y efecto que tienen las sustancias al contacto con ciertos tipos de piel.

1.5 Consecuencias del uso de cosméticos naturales

Los cosméticos naturales no son dañinos para la piel y son eficaces en tratar problemas de la piel. Los consumidores deben asegurarse de que los productos cosméticos naturales sean carentes de irritantes y de materiales químicamente peligrosos. Así como ser carentes de aceites minerales, de petroléate y de alcohol de sequía.



Imagen 8. Cosmética natural y la piel

Debe asegurarse que las materias primas de los cosméticos naturales no contengan fertilizantes químicos. Los aceites naturales extraídos de las plantas han ayudado siempre en el alimento del pelo y de la piel.

La tecnología avanzada ha ayudado en la elaboración de productos cosméticos naturales. La ventaja de los cosméticos naturales es que cuidan la piel dando una apariencia más relajada y suave. Los consumidores al momento de adquirir un cosmético natural, deben de revisar la etiqueta y verificar que estos no contengan sustancias químicas dañinas.

Antes de usar un cosmético natural se debe revisar:

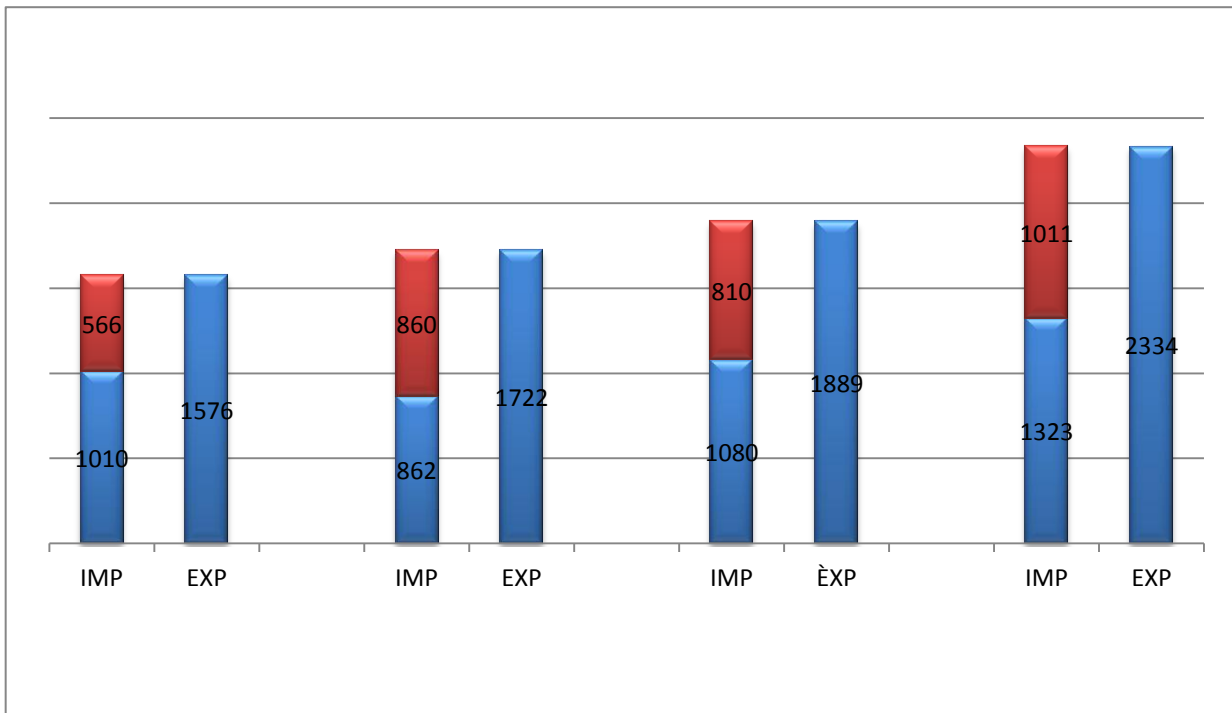
- No debe contener ningún derivado del petróleo
- El origen de las materias primas

2. Sector cosmetiquero en México

El sector cosmetiquero en nuestro país, está conformado por las siguientes categorías: Productos para la piel, incluyendo los repelentes de insectos de aplicación directa; para sistemas piloso y capilar (champú, enjuagues/acondicionadores, spray, mouse, fijadores, geles, brillantinas y cremas para peinar, tratamientos capilares, tintes); para la higiene (geles, cremas y espumas para rasurar, rastrillos y repuestos); maquillaje; productos para las uñas; productos para perfumar, modificar o corregir los olores corporales (desodorantes /antitranspirantes, fragancias, perfumes, talcos).

Datos de la Cámara Nacional de la Industria de Productos Cosméticos (CANIPEC), el mercado de los cosméticos es uno de los más redituables en nuestro país, ya que el mercado cosmético mexicano se estima en más de 9.1 millones de dólares lo que ubica a esta industria como la tercera en el continente después de Estados Unidos y Brasil, por el tamaño de mercado y el número de personas que se involucran en el mismo(CANIPEC, 2011).

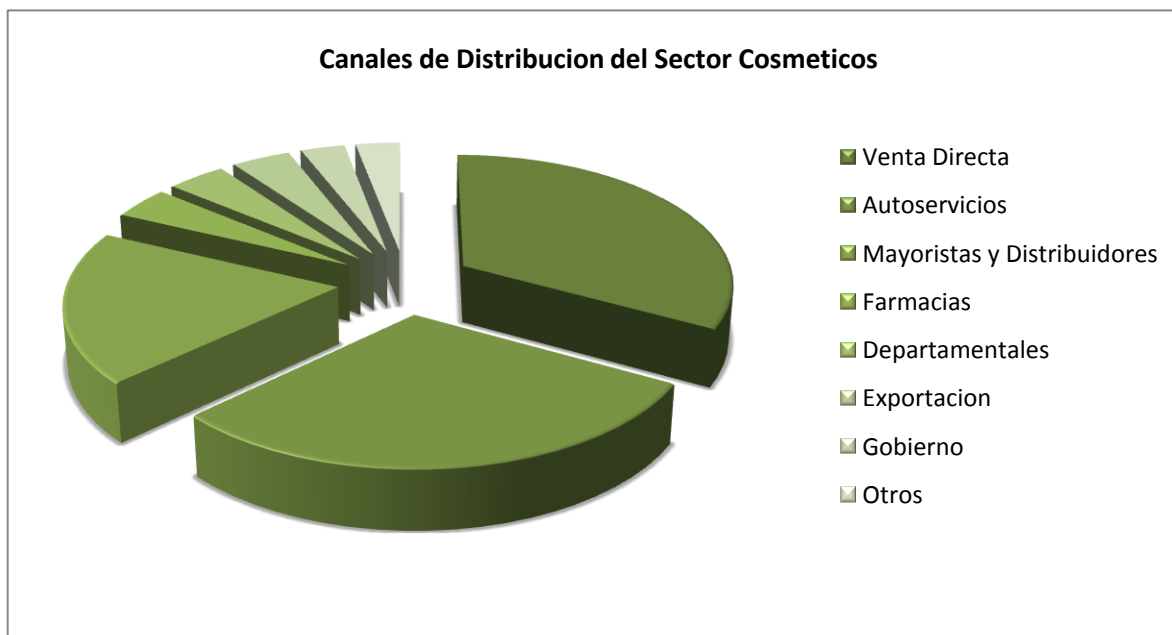
En 2010 la industria cosmética tuvo un comportamiento estable, reportando un crecimiento total del 7.6%, para el 2011 se presentó un crecimiento del 5%, representando el 9% del PIB nacional y registrando un superávit record de 1,011 millones de dólares (Gráfica 1). Para este año se prevé que aumente un 8% y que se mantenga este crecimiento promedio hasta 2020 y busca colocar a México entre los mayores exportadores del mundo.



Gráfica 1 Comercio Exterior Cosméticos(CANIPEC, 2011)

El sector cosmético representa el 85% de la actividad formal en el país, que genera 40,000 empleos directos así como 50,000 indirectos y es la fuente de ingresos de casi 2 millones de familias a través del sistema de venta directa.(CANIPEC, 2011)

Los principales canales de distribución en México son la venta directa, el 38% de la industria de la venta directa es generada por los cosméticos. Los canales más comunes de venta directa y que se definen de acuerdo al sector son: autoservicios, mayoristas, tianguistas y las tiendas especializadas como Crabtree & Evelyn, The Body Shop(tormo.com, 2009) . (Gráfica 2)



Gráfica 2. Canales de Distribución, Fuente: CANIPEC

La industria cosmética ha buscado innovar en sus productos y sus compradores han dejado de ser únicamente las mujeres ya que actualmente existen productos para hombres, niños, niñas y bebés, ya que se han creado conceptos para que estos productos sean consumibles por distintos sectores de mercado, y debido a la aparición de distintos factores como son:

- Uso desde temprana edad
- Uso masculino de cosméticos
- Uso naturista
- SPA

Aceites relajantes, sales minerales y aceites para masajes eróticos.

2.1 Empresas productoras de maquillaje convencional mejor posicionadas en México

En la industria cosmética convencional existen diversas empresas que se han logrado colocar en la preferencia de los consumidores debido a la calidad de sus productos, precio, accesibilidad y publicidad de los mismos. En nuestro país las marcas más compradas y catalogadas por sus consumidoras como las de mejores son:

1. Mary Kay
2. Mac
3. L'Oreal
4. Avon
5. Revlon
6. Maybelliny
7. Cover Girl



Imagen 9. Ejemplos de cosmética Mary Kay

En el mundo de acuerdo a un estudio realizado en 2008 por la empresa Brand Keys INC. , sobre la lealtad de los consumidores en la compra de cosméticos, las mejores 12 marcas según los consumidores son:

1. Maybelline
2. Mary Kate
3. Estee Lauder
4. Lancome
5. Clinique
6. L'Oreal
7. Chanel



10. Cosméticos Lancome



Imagen 11. Anuncio Maybelline

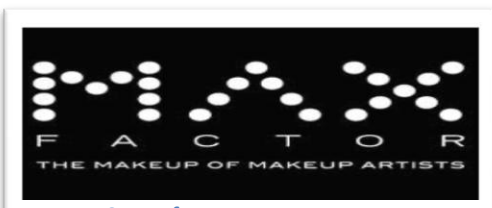


Imagen 12 max factory

8. Max Factor
9. Cover Girl
10. Neutrogena
11. Revlon
12. Avon

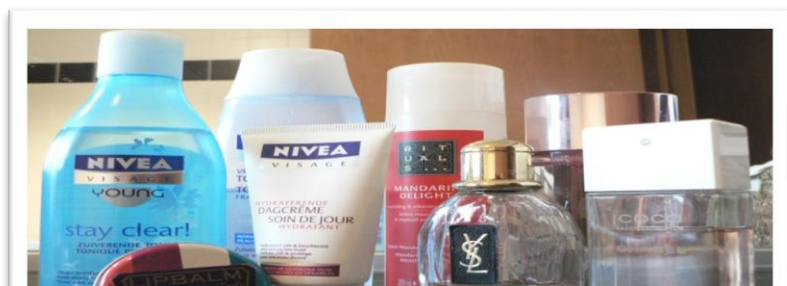
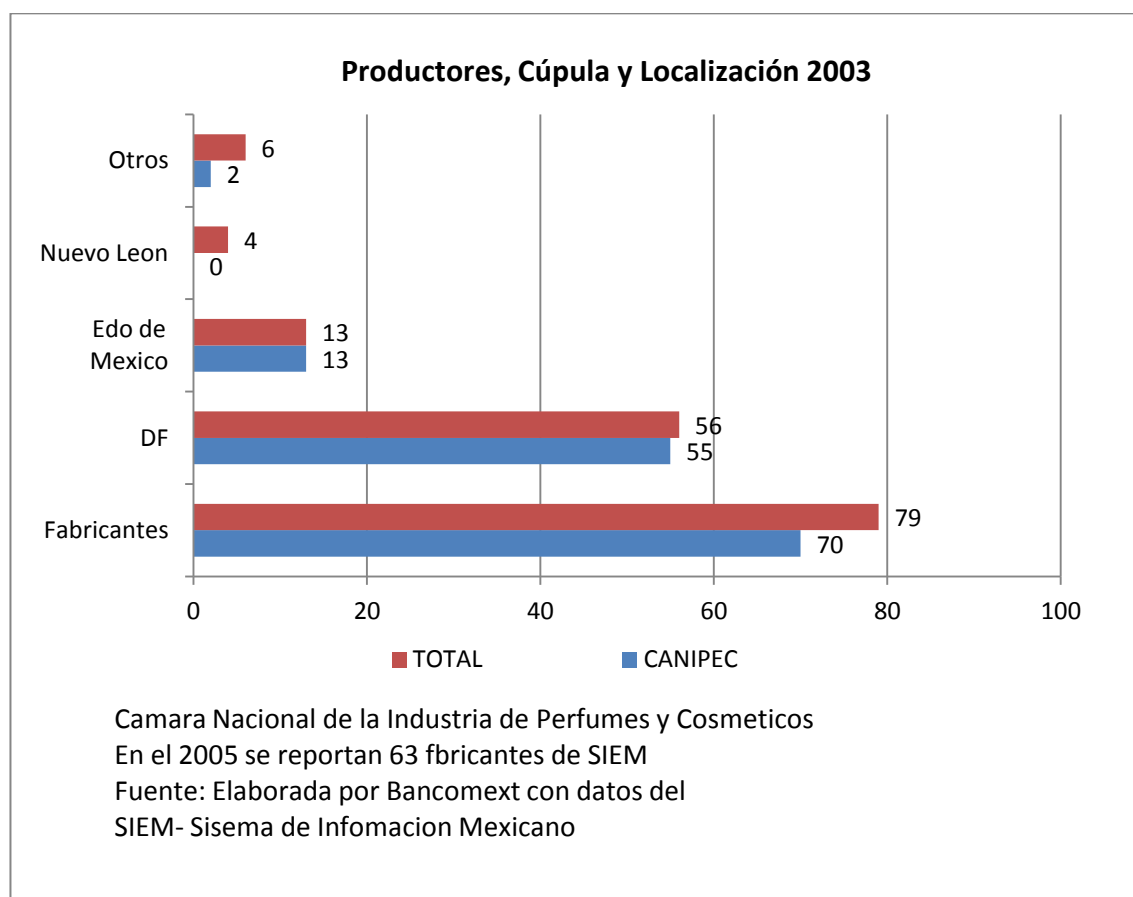


Imagen 13. Cosméticos Nivea

(Belleza y Salud, 2011)

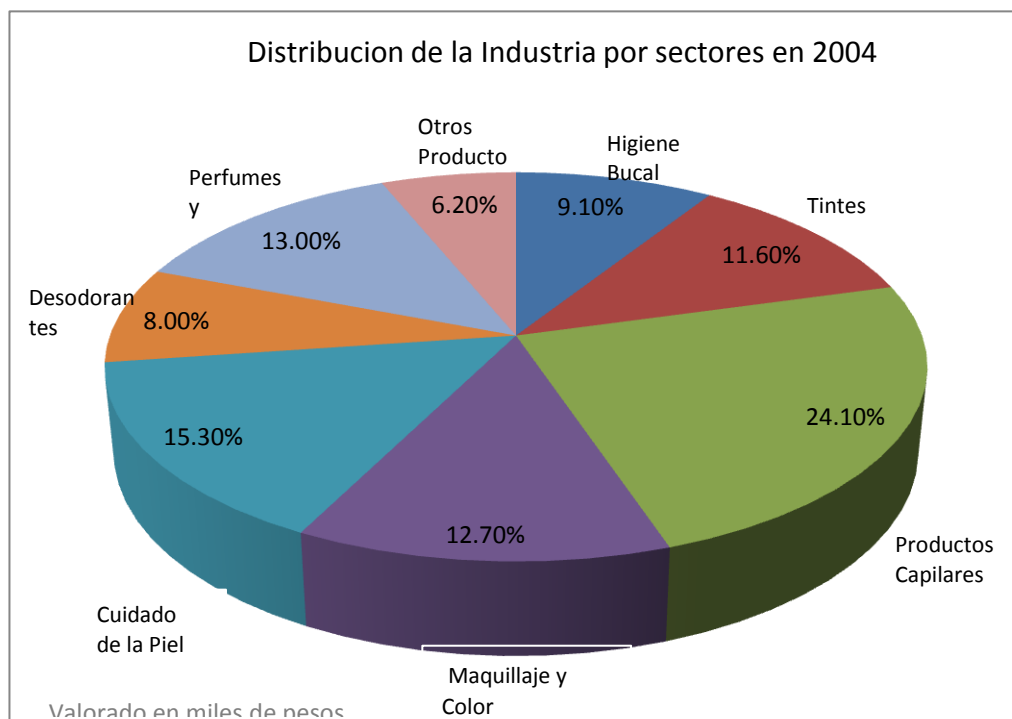
2.2 Estadísticas De La Industria Cosmética En 2004

El sector de los cosméticos es una industria en constante crecimiento y con una demanda en aumento, especialmente para las mujeres y el uso del maquillaje. En 2003 y 2004 la CANIPEC realizó una estadística respecto a los productores de cosméticos, su localización geográfica, los empleos que generan, el monto de sus inversiones en el país, el tamaño de sus ventas y la distribución del mercado entre los principales productores. (Gráfica 3)



Gráfica 3 Productores, Cúpula y Localización CANIPEC. Elaboración Propia

Entre los productos que más se consumieron en 2004 se encuentran los productos capilares, seguidos por los productos de cuidado para la piel y en el último lugar los de higiene bucal y otros productos. (Gráfica 4)



Gráfica 4 Distribución de la industria por sectores. CANIPEC. Elaboración Propia

2.3 La Rentabilidad Y Los Posibles Descensos Del Sector Cosmetiquero En México

En México, el cuidado de la belleza representa un mercado muy importante. En especial, las mujeres son las que invierten mayores cantidades de dinero inyectando liquidez a la economía mexicana. Una importante muestra de la fuerza de este mercado es la existencia de unos 87 mil salones de belleza sólo en el país, y ellos son los principales centros de consumo de este tipo de productos.

A pesar del crecimiento imparable de este sector, ha surgido un variante de mucha preocupación para las principales empresas, esto debido a que se ha comprobado que los productos cosméticos convencionales contienen sustancias peligrosas que pueden causar alteraciones en la salud, tales como partos prematuros y malformaciones, cáncer y asma. Esta información ha provocado la preocupación de los consumidores.

Hay que apreciar que las personas buscan estar más informado acerca de las cosas que consumen, buscando estar bien con su salud, esto implica que el público hace cada vez más conciencia de los beneficios que ofrece un producto.

Es por ello que ha resurgido un nuevo sector con la oportunidad de desplazar aquellos que se encuentran sólidos en el sector. La cosmética ecológica como la respuesta de muchos consumidores a una mejor calidad. Que hoy es una es una tendencia que cada año pisa más fuerte, ostentando un crecimiento anual de 20%.

Así como el mundo de la moda se ha adaptado a los tiempos, desarrollando la acomoda, la industria cosmética se suma a ella y se hace verde. Es muestra de que lo “natural” está de moda, y las marcas comienzan a lanzar líneas verdes de productos con la intención de captar a aquellos que prefieren la alternativa ecológica antes que otros productos

un tanto más ofensivos. Suena interesante el surgimiento de este nicho para

invertir en un negocio el cual ofrece un doble beneficio, cuidar la piel y la armonía con el medio ambiente.

Han surgido algunas ideas de negocios las cuales plantean la creación de tienda especializadas en comercializar todo tipo de cosméticos ecológicos, para todo tipo de empresas, la relación con el cliente y su confianza son vitales. En este negocio el nicho es muy exigente, por lo que fidelizar a tus clientes es una tarea mucho más difícil.

Sobre los productos, lo primero es diferenciar el cosmético natural del cosmético ecológico, ya que mucha gente confunde con facilidad ambos términos.

(mysweetbio.es, 2012)

2.4 Consumidores de cosméticos

Como se menciona anteriormente, el sector de los cosméticos está encaminado a la mayoría del público en general.

Tomando en cuenta que las personas hacen uso de los cosméticos desde siempre, se ha llevado esta actividad a la creación y comercialización de productos que son utilizados, desde los integrantes más pequeños de una familia, hasta los adultos que algún beneficio ven en ellos, haciendo que las personas destinen parte de sus ingresos, en la adquisición de al menos un artículo de los muchos, que la cosmética nos ofrece.

La CANIPEC, divide a los consumidores de cosméticos por edad, y predilección a ciertos productos, por ejemplo:

Hombres de 18 a 30 años: aceites para masaje relajantes para compartir con la pareja.

Mujeres de 13 a 35 años: predilección por los aromas frutales en jabones y perfumes.

Mujeres de 35 años en adelante: aromas florales y más conservadores.

Es por esto, que se considera que el sector dedicado a la cosmética, debe enfocarse a los consumidores de este rango de edad principalmente de 18 a 50 años, pero nunca dejando atrás que productos para niños son de suma importancia, básicamente por el poder de retención acerca de la información que se presenta del producto, gracias a las mejores aplicaciones y formatos de negocios y publicidad.

Debe distinguirse también que la predilección por comprar cosméticos no la define el sexo, en la actualidad un factor importante, es la edad, y esto se debe a que la modernidad y la idea de igualdad de géneros, ha ido trayendo como resultado

Subproductos que antes eran solamente utilizados por mujeres en su mayoría, en la actualidad son también los hombres y los niños, quienes recurren a estos artículos, ya

sea por lo que ofrecen o la publicidad en torno a estos. Es así, como observamos una renovación en el sector cosmetiquero, ya que día a día, se busca innovar y fabricar, productos que vayan de acorde a las necesidades y exigencias de la variable más importante en este negocio, el consumidor.

Un ejemplo de la innovación que ha llevado la cosmética, y ha diferenciado el consumo de un género de otro son los productos anti-envejecimiento, que si bien es claro que no es el mismo consumo por parte de los caballeros a las damas, la intención de mejorar el aspecto físico de cada individuo, y la idea actual del hombre metro-sexual, da como consecuencia que está, siga siendo una de las causas en la adquisición de cosméticos, convirtiéndolos así en artículos de necesidad básica.

Regresando a la idea del consumo de cosméticos naturales, es necesario hacer énfasis al tipo de consumidor que basa, sus adquisiciones de acuerdo a ideales ambientales, como lo son, los llamados, consumidores orgánicos, que estos inmersos en una postura amigable con el medio ambiente son un sector que con una mayor nivel de certeza están dispuestos a comprar cosméticos que cumplan las expectativas tanto de fabricación como de distribución, recalcando las profundas implicaciones que tendría la forma de desarrollar productos y venderlos.

El factor crítico de ser un consumidor ecológico no es el consumo por sí mismo sino la cantidad de energía y recursos utilizados que ocasiona, al consumir un producto orgánico se contribuye con la reducción del impacto ambiental en su proceso de producción. Existen algunas opiniones, sobre todo en el sector alimentario, que

expresan que no existe el consumidor ecológico; es decir, que no se puede encasillar al consumidor en un perfil ecológico, debido a que los consumidores no hacen la compra ecológica del todo; solo una parte lo es. (SudCaliforniano, 2011)

3. Empresas beneficiadas con este estudio

3.1 Mazunte

Cooperativa Mexicana dedicada a la fabricación de productos naturales, encaminada principalmente a cumplir con un modelo alternativo de desarrollo sustentable, que además de ofrecer una gama de productos con una finalidad de mejora a lo que comúnmente se utiliza, resulta de gran apoyo a las familias de los trabajadores que integran esta idea de negocio.

Que en un principio se integró de un grupo de 15 familias del pueblo, 11 mujeres y 4 hombres, para constituir la microempresa Cosméticos Naturales de Mazunte, S. de S.S(Naturalmente Mío, 2010).

David Hitchen, técnico inglés de The Body Shop, visitó Mazunte en los años 1996 y 1997 para capacitar los socios de la cooperativa, en cuanto a la elaboración de shampoos, acondicionadores, aceites y cremas humectantes del cuerpo, usando como



Imagen 14. Productos Mazunte

Principales ingredientes: Aceite de aguacate, aceite de soya, aceite de ajonjolí, aceite refinado de maíz, aceite de coco, cera de abeja y Vitamina E(Cosméticos Mazunte, 2010).

Actualmente se cuentan con más de 30 productos fabricados por la cooperativa integrada por mujeres de la localidad que han hecho de la fábrica su modelo de vida y sustento. Todos los productos son fabricados con materiales totalmente orgánicos

3.2 The Body Shop

Su fundadora fue la Dama Anita Roddick en 1976. Es la marca de belleza original, ética y natural, con más de 2.500 tiendas en más de 60 países, ofreciendo una gama de más de 1.200 productos.

Se centra en apoyar a aquellos que trabajan para conseguir progresos en áreas de derechos humanos y civiles, medio ambientales y de protección a los animales.

Fabrican productos que están encaminados básicamente a consumidores vegetarianos y que además no muestran un daño al medio ambiente,
y utilizando ingredientes derivados de animales que no causan daño al medio ambiente

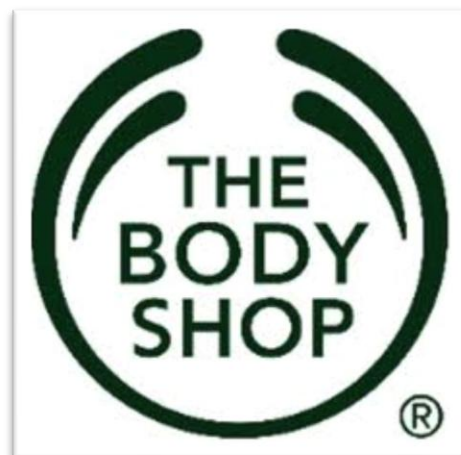


Imagen 15. The Body Shop

Los valores que sigue esa empresa son:

Comercio Justo con Comunidades, Defensa de Los Derechos Humanos, Contra los Experimentos en Animales, Promueve la Autoestima y Protege Nuestro Planeta.

3.3 Botanicus

Es una empresa mexicana orientada al desarrollo de productos de belleza y cuidado personal elaborados bajo conocimientos tradicionales sobre el uso de esencias y extractos naturales (Botanicus, 2009).

Desde su fundación en Agosto del 2002, Botanicus se ha preocupado por ser una empresa socialmente responsable incorporando buenas prácticas, tales como:

- Trabajo con talleres artesanales en áreas rurales de México
- Reglas de un comercio justo
- Colaboración con proveedores que apoyen a causas sociales, empaques biodegradables y reciclados
- Equidad de género y utilización de materias primas naturales y orgánicas.



Imagen 16. Botanicus empresa de cosméticos naturales

3.4 Pasión por lo Natural.

Empresa mexicana, fundada en 1989, que ha tenido por compromiso principal la protección y cuidado al medio ambiente, además que nunca ha utilizado a animales como medio de prueba de sus Productos.



Imagen 17. Im, empresa de cosmética natural

Productora preocupada por el desarrollo de investigación de nuevas fórmulas dentro de lo naturista y la cosmética, a fin de que el consumidor obtenga los mayores beneficios que los ingredientes naturales puedan ofrecer.

4. Investigación de campo

Herramienta: Encuesta

Este método fue elegido para la investigación, debido a que como el tema tratado tiene bastante relacionen la vida cotidiana de las personas, consideramos que abarcando aspectos muy generales pero a la vez, precisos al momento de recabar información nos darían un amplio panorama de lo que el consumidor de cosmético exige en un producto para comprarlo

Población: Mujeres y hombre de 18 a 50 años de edad en el Distrito Federal

Muestra: La muestra fue aleatoria, pues se buscó una variación en el tipo de consumidores, el rango de edad de los consumidores fue de 18 a 50 años y se levantó la encuesta en universidades y oficinas, ya que en las universidades encontramos a la población entre 17 y 25 años y en las oficinas a la de 26 a 50 años.

Medición: La encuesta contiene 12 preguntas, con diferentes tipos de respuesta, binominales y de opción múltiple, a la vez, que usamos para medir respuestas, diferentes escalas en las que las personas encuestadas nos pudieran citar su información de acuerdo a nivel de preferencia y/o enfoque en un cosmético.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN
Investigación: Cosméticos Naturales

Sexo: ____ Edad: ____
Estado Civil: Solter@: ____ Casado: ____
Ocupación: Estudiante: ____ Empleado: ____

1. ¿Utilizas algún cosmético? Si: ____ No: ____
2. ¿Qué tipo de cosmético utilizas?
Maquillaje ____ Higiene Corporal ____ Productos Capilares ____
Productos para la piel ____ Productos desodorantes ____ Productos dentales ____
Protectores solares ____ Productos depilatorios ____ Productos blanqueadores ____
3. ¿Con que frecuencia adquieres alguno de estos cosméticos?
Cada mes ____ Cada 3 meses ____ Cada 6 meses ____ Cada 1 año ____
4. Dependiendo de la frecuencia de compra ¿Cuánto gastas en cosméticos?
0 a \$250 ____ \$250 a \$500 ____ \$500 a \$700 ____ \$700 a más de \$1000 ____
5. ¿En qué te basas al momento de comprar un cosmético?
Calidad ____ Precio ____ Marca ____ Durabilidad ____ Ingredientes ____
Diseño ____ Hipoalergenico ____
6. ¿Conoces los cosméticos naturales? Si ____ No ____
7. ¿Haz utilizado algún cosmético natural? Si ____ No ____
8. ¿Qué marca de cosmético natural utilizaste? _____
9. Ordena del 1 al 7, las características que tendría que cubrir un cosmético natural, para que lo adquirieras.
Marca ____ Hipoalergenico ____ Durabilidad ____ Ingredientes ____ Precio ____
Diseño ____ Calidad ____
10. ¿Estarías dispuesto a invertir en un cosmético natural, que te ofrezca mayores beneficios que uno convencional? Si ____ No ____
11. Con respecto a la pregunta anterior ¿Cuánto gastarías aproximadamente?
\$0 a \$300 ____ \$400 a \$800 ____ \$ 900 a \$1200 ____ Más de \$1300 ____
12. Ordena del 1 al, donde sería el lugar en donde comprarías un cosmético natural.
Tienda de Autoservicio ____ Tienda especializada ____ Por Catalogo ____ Internet ____

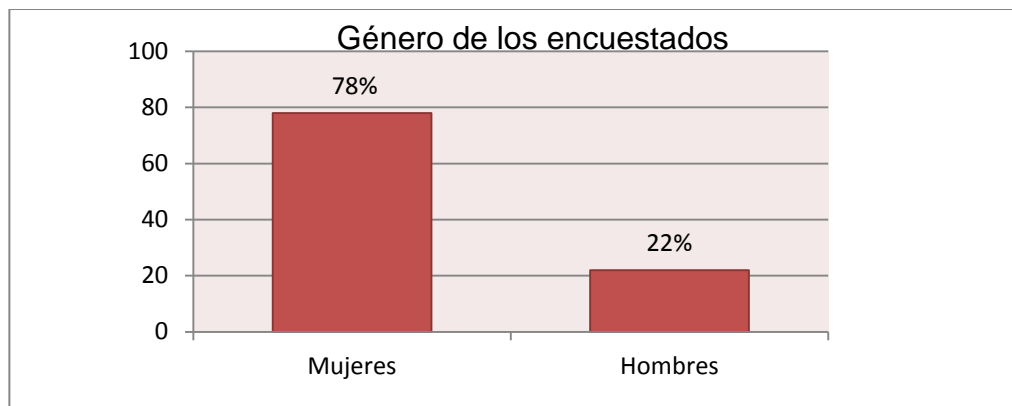
4.1 Procedimiento

- a) Recolección de la información con respecto a la investigación documental... Esta se realizó principalmente, vía electrónica y consultando revistas
- b) Diseño del instrumento de medición: la encuesta se elaboró en base a los datos arrojados por la investigación que tuvieron lugar a ser constantes, considerándolos básicos e importantes, para ser los que nos dieran una idea de lo que pretendemos responder, tomando en cuenta, la matriz de congruencia.
- c) Obtención de la muestra: estimamos que con un tamaño muestra de 100 personas era suficiente para dar resultados de lo que buscamos.
- d) Aplicación de la encuesta: Se acudieron a diversos lugares a aplicar las encuestas, como es el ejemplo de parques, escuelas, centros de trabajo, y lugares donde había mayor concentración de personas.
- e) Vaciado de datos. Se comenzó a plasmar datos en tablas de Excel, contabilizando de acuerdo a sexo, edad y preferencias en cuanto a cosméticos, para así, generar las tablas o graficas que nos mostrarán ese panorama esencial del problema de investigación
- f) Elaboración de graficas: Ya con todo lo anterior nos dimos a la tarea de realizar graficas circulares y de barras, para representar de forma más visual las respuestas obtenidas de las encuestas
- .
- g) Análisis de los resultados: Se empezó un análisis a partir de las gráficas realizadas y la concentración de datos elaborados anteriormente donde pudimos observar las características exigidas por un consumidor de cosméticos.

5. Análisis estadístico de resultados

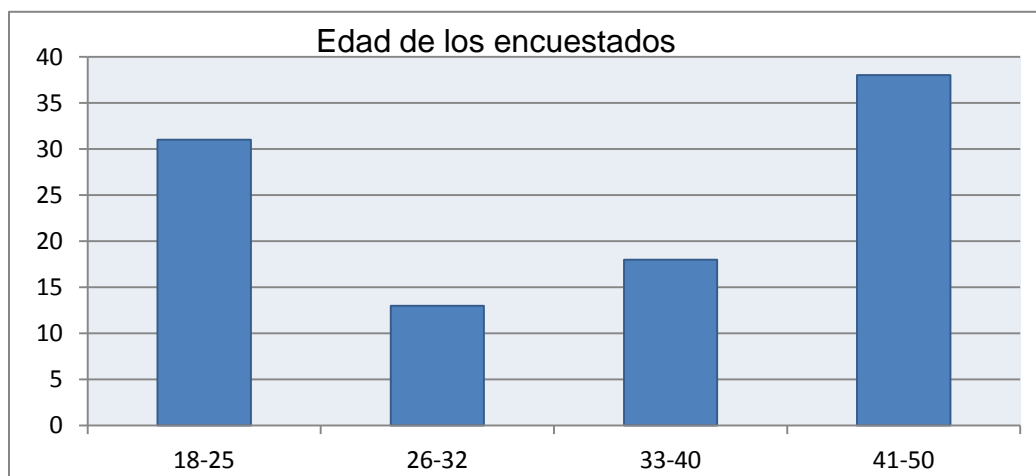
Los resultados de la investigación de campo arrojo los siguientes resultados:

- ❖ De los 100 encuestados el 78% fueron mujeres y el 22% restante fueron hombres, lo cual nos indica que en la población femenina hay mayor tendencia al consumo de estos productos.



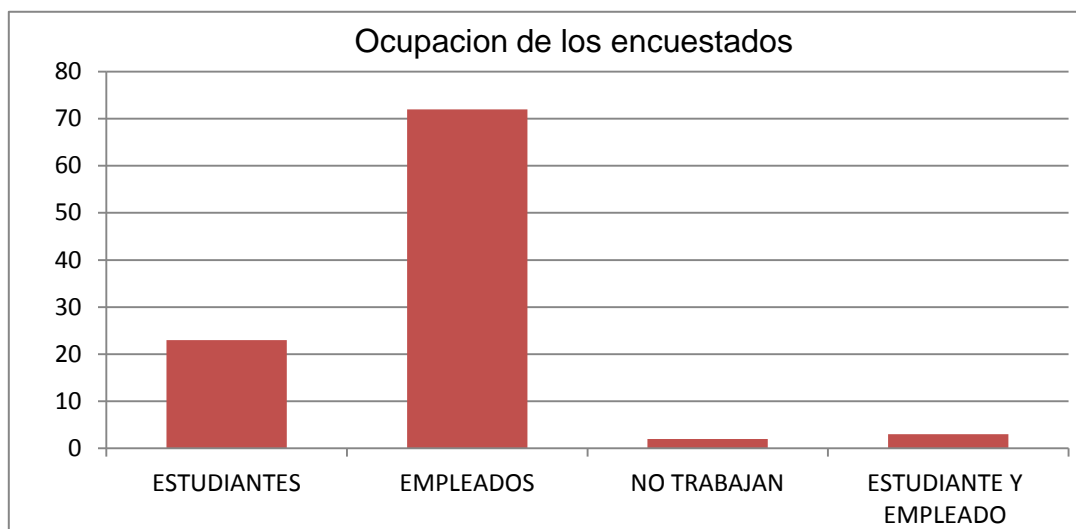
Gráfica 5. Género de los encuestados

- ❖ En el rango de edad de la muestra elegida conforme a la información obtenida, que va de 18-50 años encontramos que la población con mayor nivel de consumo se encuentra entre los 40 y 50 años.



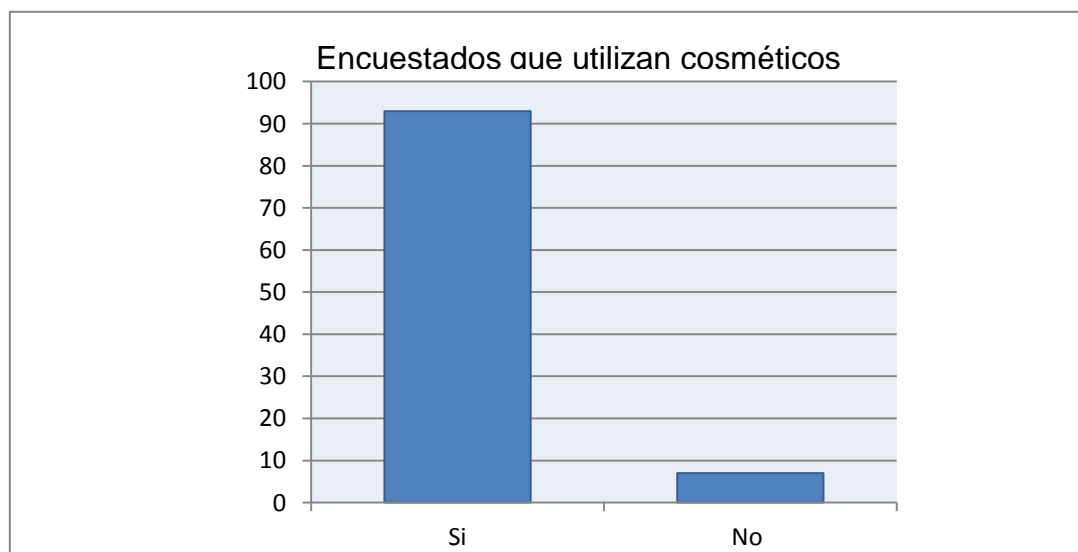
Gráfica 6. Edad de los encuestados

- ❖ Con respecto a la ocupación de los encuestados la mayoría son población económicamente activa.



Gráfica 7. Ocupación de los encuestados

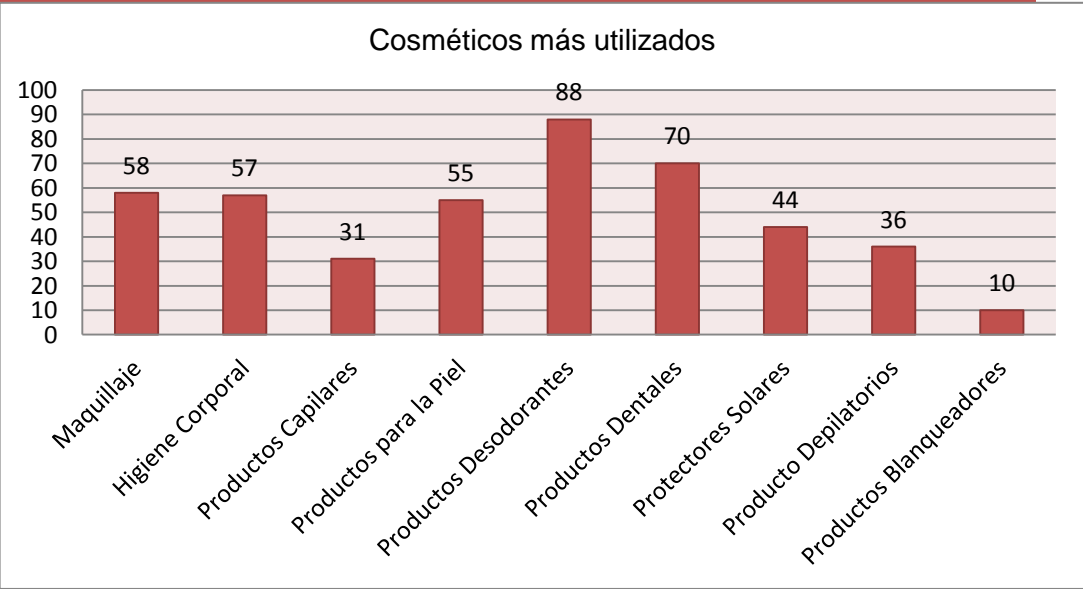
- ❖ El 93% de los encuestados utilizan algún tipo de cosmético.



Gráfica 8. Encuestados que utilizan cosméticos

❖ De acuerdo a su clasificación, los cosméticos más utilizados son:

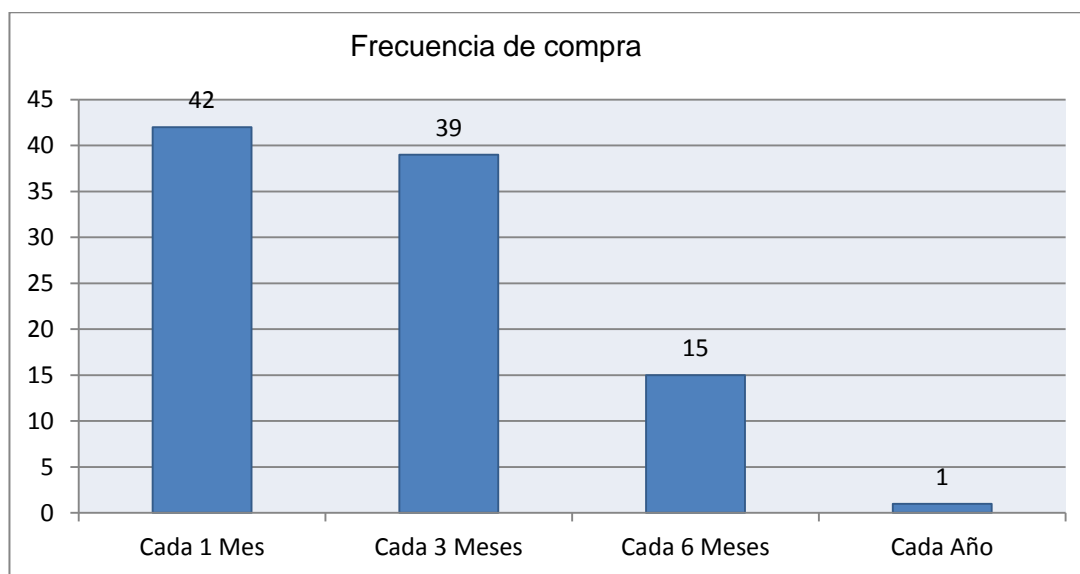
Tipo de Cosmético	Número de personas que lo usan
Maquillaje	58
Higiene Corporal	57
Productos Capilares	31
Productos para la Piel	55
Productos Desodorantes	88
Productos Dentales	70
Protectores Solares	44
Producto Depilatorios	36
Productos Blanqueadores	10



Grafica 9. Cosméticos más utilizados

❖ En la frecuencia de compra encontramos:

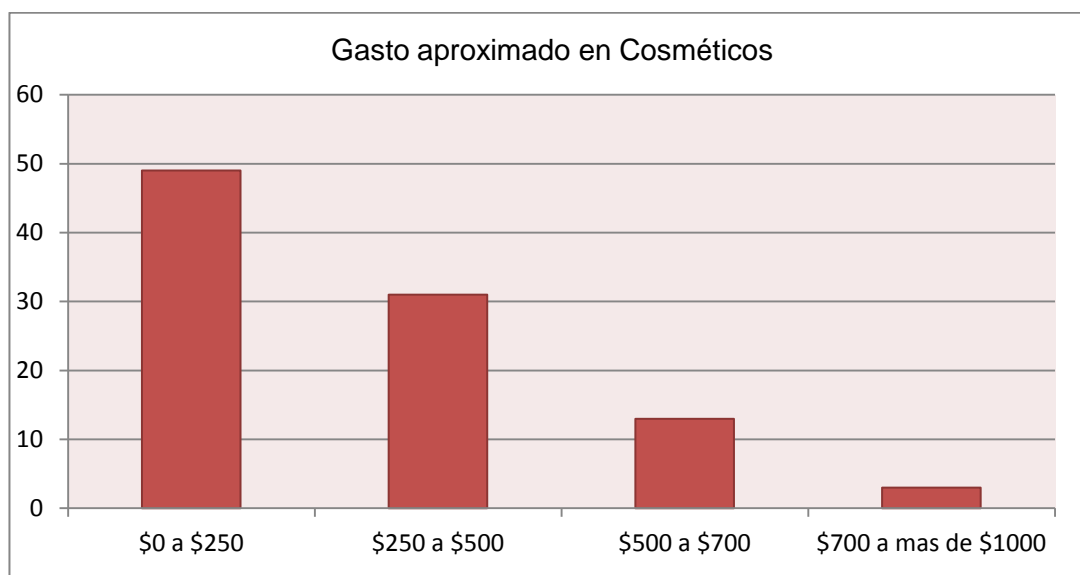
Frecuencia de Adquisición	Frecuencia de Encuestados
Cada 1 Mes	42
Cada 3 Meses	39
Cada 6 Meses	15
Cada Año	1



Grafica 10. Frecuencia de compra de cosméticos

- ❖ El gasto aproximado de las personas en cosméticos es de:

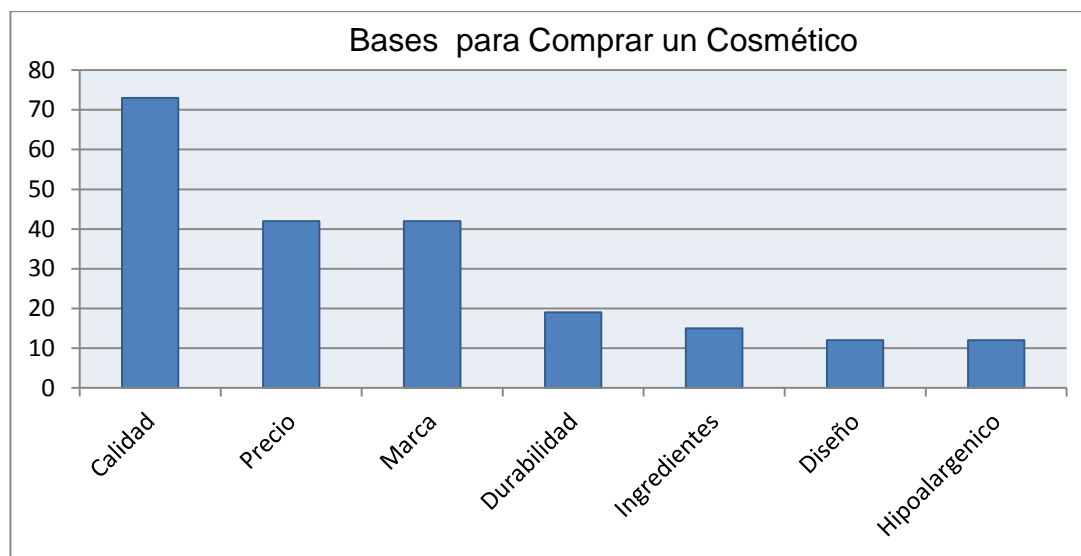
Consumo aproximado en Cosméticos	Frecuencia
\$0 a \$250	49
\$250 a \$500	31
\$500 a \$700	13
\$700 a más de \$1000	3



Grafica 11. Gasto aproximado en cosméticos

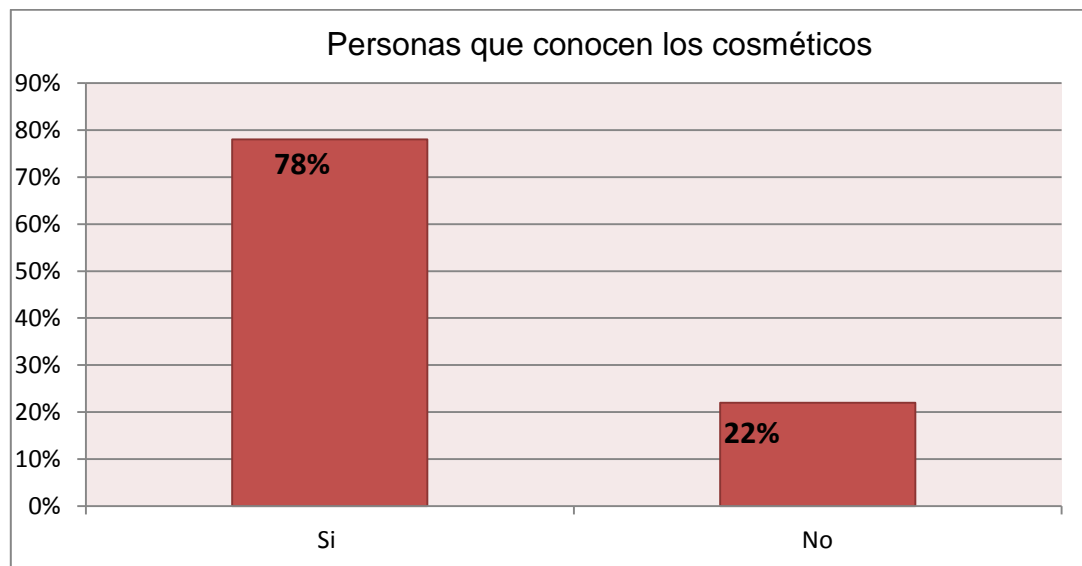
- ❖ Factores que el consumidor toma en cuenta al momento de adquirir un cosmético son:

Bases para Comprar Cosmético	Frecuencia
Calidad	73
Precio	42
Marca	42
Durabilidad	19
Ingredientes	15
Diseño	12
Hipoalergenico	12



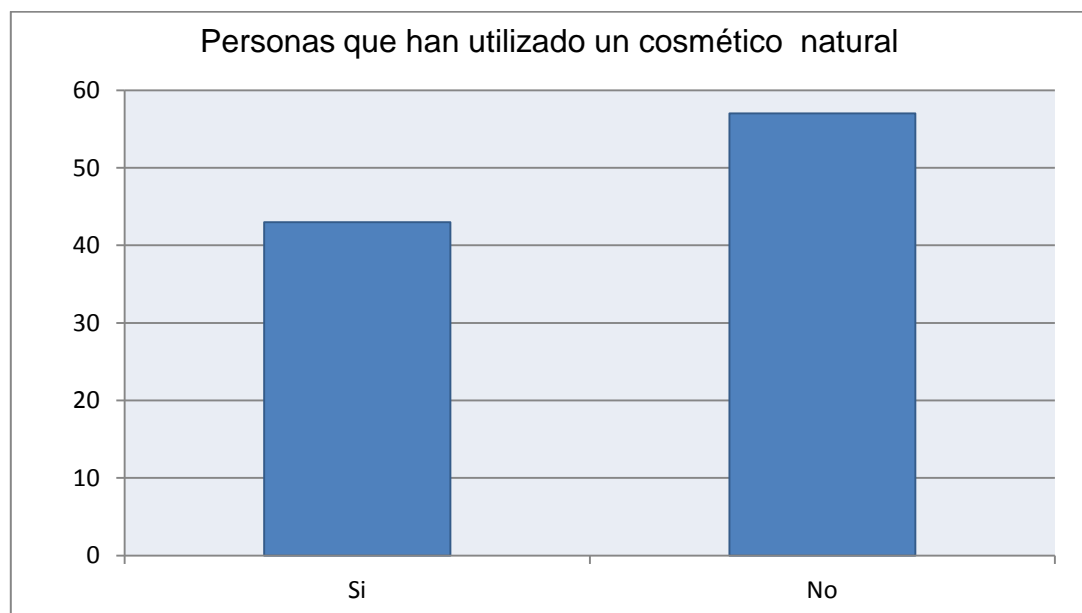
Grafica 12. Bases para comprar un cosmético

- ❖ El porcentaje de personas que conocen los cosméticos naturales es el siguiente:



Grafica 13. Encuestados que conocen los cosméticos

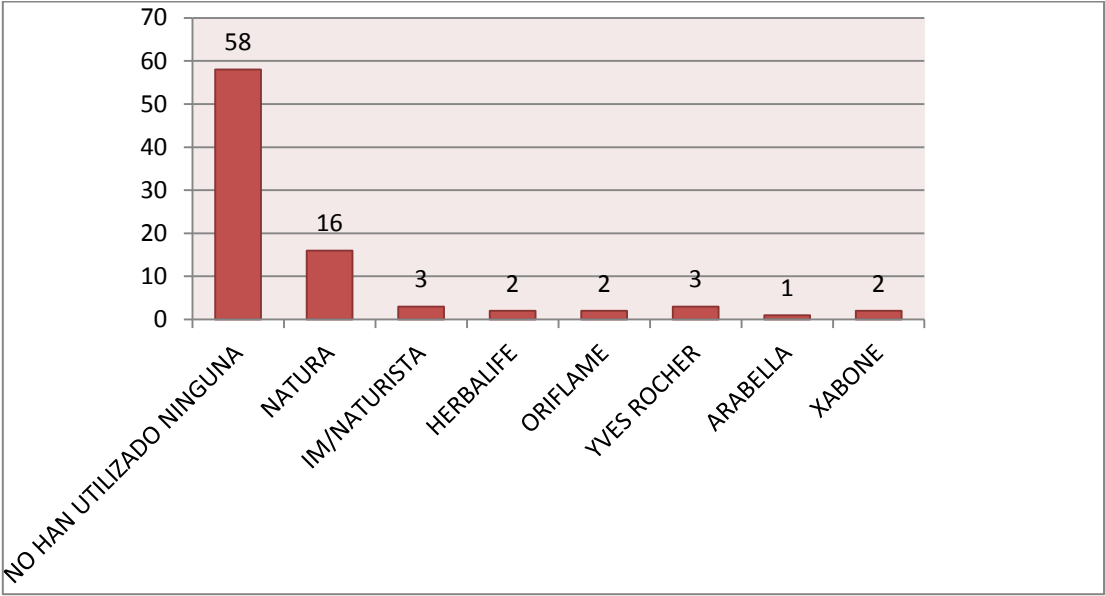
- ❖ El número de personas que han utilizado algún cosmético natural es:



Grafica 14. Encuestados que han utilizado algún cosmético natural

❖ Con respecto al nombre de las marcas de cosmético natural que han utilizado las personas encontramos:

NO RECUERDAN	13
NO HAN UTILIZADO NINGUNA	58
NATURA	16
IM/NATURISTA	3
HERBALIFE	2
ORIFLAME	2
YVES ROCHER	3
ARABELLA	1
XABONE	2

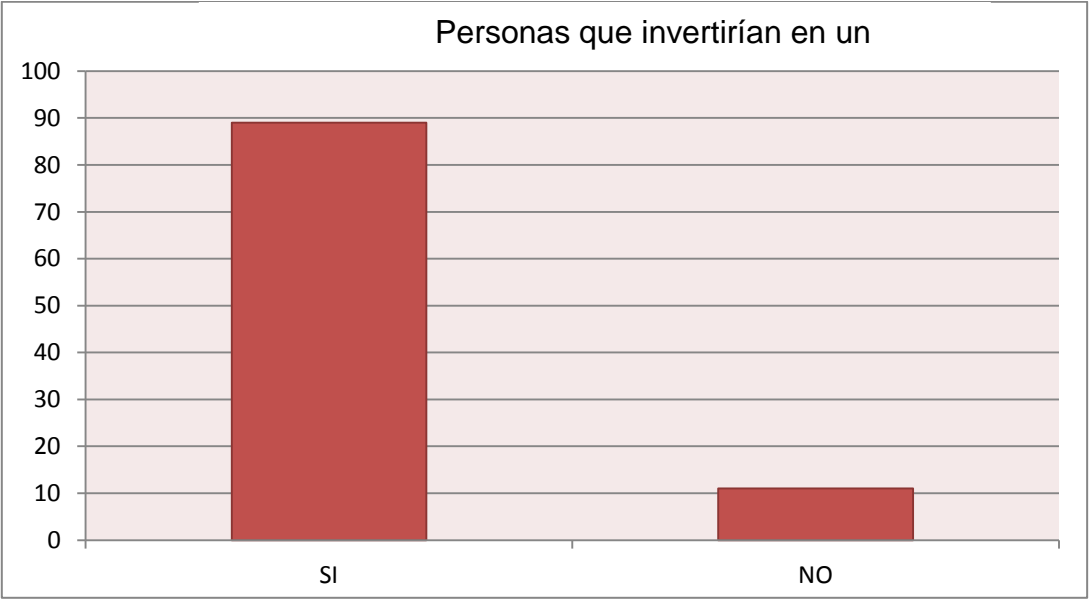


Grafica 15. Marca de cosmético natural que más utilizan los encuestados

❖ De acuerdo a que características debería tener un cosmético natural, para que las personas lo adquirieran, esto obtuvimos:

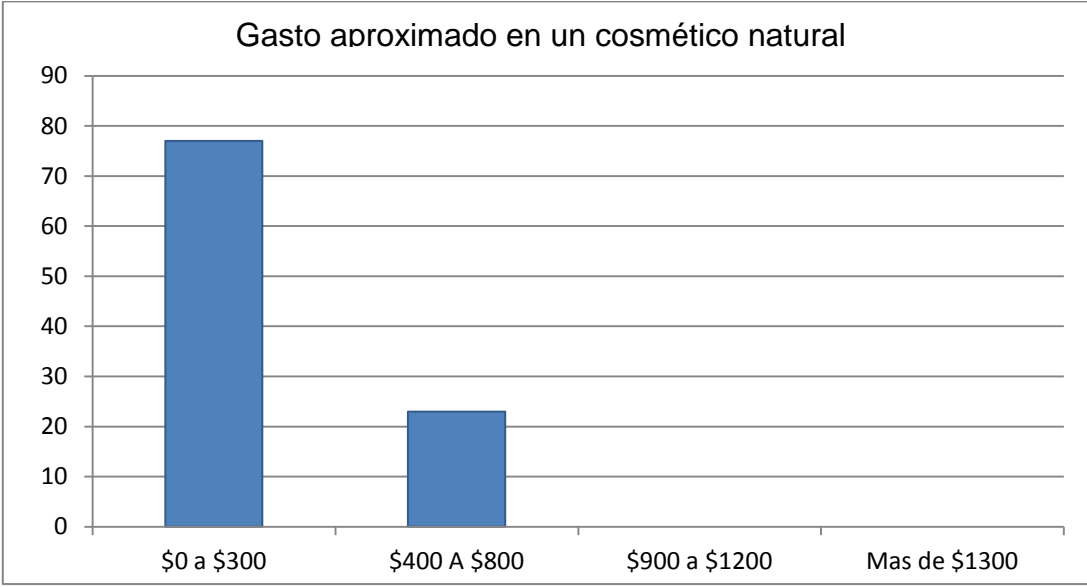
1° lugar	Calidad
2° lugar	Hipoalergenico
3° lugar	Durabilidad
4° lugar	Ingredientes
5° lugar	Diseño
6° lugar	Precio
7° lugar	Marca

❖ El porcentaje de personas que estarían dispuestos a invertir en un cosmético natural es:



Grafica 16. Encuestados que estarían dispuestos a invertir en un cosméticos natural

- ❖ La cantidad que las personas, estarían dispuestos a gastar en la compra de algún cosmético natural es:



Grafica 17. Cantidad de dinero que estarían dispuestos a invertir en cosméticos naturales

- ❖ El lugar donde las personas, comprarían un cosmético natural, de acuerdo a su preferencia, se observa lo siguiente:

1° Lugar	Tienda de autoservicio
2° lugar	Tienda especializada
3° lugar	Catálogo
4° lugar	Vía Internet

6. Conclusiones

La presente investigación realizada en un marco teórico acerca del consumo de cosméticos convencionales y naturales, nos arrojó resultados que están muy encaminados, a las hipótesis que en al principio se plantearon.

Al iniciar la investigación buscamos identificar las características que debe tener un cosmético natural para incrementar su nivel de consumo, y con esto dar un panorama general, de que factores influyen en el consumidor al momento de adquirir un cosmético, basado en género, edad y ocupación.

Tomando en cuenta el concepto y clasificación de cosmético, concluimos que la mayoría de los consumidores, tienden a relacionar la palabra cosmético con maquillaje para uso exclusivo de mujeres. Dicho concepto es manejado erróneamente, ya que cosmético, engloba productos de higiene personal, capilares, maquillaje; en pocas palabras, todo aquel producto que ayude a mejorar la apariencia personal.

Concluimos que la cosmética natural se encuentra en total desventaja ante la cosmética convencional, ya que la cosmética convencional cuenta con grandes empresas dedicadas a la fabricación y comercialización masiva de esta clase de productos, además que gracias a su forma de elaboración, el costo es más accesible, por lo tanto las personas, prefieren consumirlo sin tomar en cuenta los daños que algunos ingredientes pueden causar, ya que existen en el mercado formulas aprobadas en cuanto a su utilización, pero no están controladas, teniendo como consecuencia, daño a la piel.

La cosmética natural es relativamente nueva debido a que el cuidado al medio ambiente, es un tema actual, y esto ha orillado a las empresas a que busquen innovar en sus productos, y esta industria tiene un difícil acceso al mercado debido a que no existe una gran empresa en México

dedicada a la venta de esos productos y en las pocas existentes, los precios son relativamente altos, a comparación de un producto hecho a base de sustancias químicas.

Tomando en cuenta estas generalidades, la investigación de campo nos mostró datos relevantes sobre el consumo de cosméticos en las personas de 18 a 50 años, hallamos:

- La población que más consume en cosméticos son las mujeres, entonces la cosmética natural tiene que enfocarse más al sector femenino, y abrir un mercado orientado al masculino, debido a la idea actual de que el hombre debe preocuparse también por su apariencia.
- La población que más consume cosméticos, oscila entre los 40 y 50 años de edad, población que en su mayoría es económicamente activa, siendo estos una pieza clave para que la industria cosmética voltee hacia este sector de mercado que se ve influenciado por las ideas anti-edad y el mantener una apariencia joven.
- La gran mayoría de los consumidores de cosmética convencional, han utilizado por lo menos un cosmético, y como consecuencia en la actualidad estos productos son considerados de necesidad básica, al grado de dedicar una parte de sus ingresos a la compra de ellos. Gran parte de ellos adquiere por lo menos una vez al mes, Productos Desodorantes-Antitranspirantes, seguido de Productos Dentales y Maquillaje, gastando un promedio de 0 a 250 pesos, buscando que cumpla con las siguientes características:
 1. Calidad
 2. Precio
 3. Marca

Por lo tanto, la idea inicial de que el precio era un punto clave en la compra de un cosmético, se mantiene, pero no como la primordial, ya que como vemos los resultados nos arrojaron, la calidad es lo que el consumidor toma en consideración al momento de comprar un cosmético.

En cuanto a la cosmética natural, los resultados son:

- El 78% de los encuestados dicen conocer los cosméticos naturales, pero sólo el 43 % los han utilizado al menos en una ocasión, al preguntarles qué marca de cosmético han utilizado, la gran mayoría dice no recordar la marca de cosmético que utilizó, además que otro porcentaje importante menciona a la marca Natura, como la marca de cosmético natural utilizado. Además al cuestionarles si estarían dispuestos a consumir cosméticos naturales, teniendo en cuenta que son más caros que los comunes, el 89% de ellos, respondió que si utilizarían y sí invertirían una cantidad aproximada de 0 a 300 pesos en productos naturales.

Para que esto sea posible, los consumidores coinciden en su mayoría, que las características que debe tener un cosmético natural para que sea de su preferencia, y al mismo tiempo decidan adquirirlo, deben de cumplir las siguientes características:

1. Calidad
2. Hipoalergenico
3. Durabilidad
4. Ingredientes
5. Diseño
6. Precio
7. Marca

Por lo que concluimos, que no siempre el consumidor buscará la imagen o presentación de un producto como en un inicio se planteó, sino también es de vital importancia para los compradores, la calidad del producto, el que

no cause alergias y la durabilidad del mismo, hablando de cosméticos naturales, específicamente.

Y en relación al lugar en el que adquirirían un cosmético de esta naturaleza, notamos una cierta preferencia por las tiendas de autoservicio, seguidos de las tiendas especializadas, por catálogo y vía internet.

Para finalizar, el mercado de los cosméticos es muy recomendable para la inversión, ya que esta industria no se ve muy afectada por las crisis económicas que se presentan, ya que el consumo de los productos de este tipo, nunca se detiene por lo tanto, como la cosmética natural es una idea innovadora, las empresas productoras de estos, podrían expandir su mercado, tomando en cuenta que al igual que en cualquier mercado es esencial conocer las necesidades y las expectativas de los consumidores, como se muestra gracias a la investigación de campo realizada y observando las razones que tienen los consumidores, para utilizar cosméticos. Por ejemplo:

- Desarrollar productos ajustados a necesidades específicas, como lo mostramos en las características que los usuarios buscan en un cosmético.
- Destacar el uso de ingredientes activos innovadores, logrando que el consumidor reconozca los beneficios que estos les ofrecen y acepten adquirir uno de estos artículos.

- Promover la elaboración de productos para satisfacer las actitudes de los hombres, que son también parte de los consumidores y si por el momento, no vemos una gran frecuencia de compra por parte de ellos, nunca se pueden dejar a un lado.

Es importante analizar cada uno de los aspectos mencionados con anterioridad, para así identificar, que es lo que podemos ofrecerle a nuestros clientes y consumidores, a fin de corregirlo y mejorarlo, siempre teniendo en cuenta, que el éxito y desarrollo, tanto de un producto como una empresa, es el gusto y preferencia del consumidor, siendo por tal, la opinión más importante.

Bibliografía Consultada

Anderson, B. (15 de 12 de 2009). *CNN Expansión*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/expansion/2009/11/25/mexico-la-nina-bonita>

Belleza y Salud. (02 de 07 de 2011). <http://bellezaysaludblog.blogspot.mx/2011/07/las-mejores-empresas-cosmeticas-entre.html>. Recuperado el 23 de 04 de 2012, de <http://bellezaysaludblog.blogspot.mx/2011/07/las-mejores-empresas-cosmeticas-entre.html>

Botanicus. (2009). *Slidesshare*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de <http://www.slideshare.net/ecoturismogenuino/presentacin-botanicus>

CANIPEC. (2011). *CANIPEC*. Recuperado el 10 de ABRIL de 2012, de http://www.canipec.org.mx/woo/index.php?option=com_content&view=article&id=5:lacamara&catid=1:quienes-c&Itemid=10

Cosméticos Mazunte. (2010). *Cosméticos Mazunte*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de http://www.puertoangel.net/mazunte/cosmeticos_es.html

Fernández, D. (2010 de 07 de 2010). *CNN Expansión*. Recuperado el 20 de 02 de 2012, de CNN Expansión: <http://www.cnnexpansion.com/mi-dinero/2010/07/19/lo-feo-de-mantenerse-bella>

Laboratorios Revik. (07 de 29 de 2010). *Laboratorios Revik*. Recuperado el 03 de 23 de 2012, de <http://www.revik.com/cosmetologia/62-ique-es-un-cosmetico>

Matarrania Cosmética del Aceite de Oliva. (15 de 03 de 2012). *Matarrania Cosmética del Aceite de Oliva*. Recuperado el 04 de 23 de 2012, de <http://www.matarrania.com/web/taxonomy/term/20>

MD. (6 de NOVIEMBRE de 2005). *MARKETINGDIRECTO.COM*. Recuperado el 20 de ABRIL de 2012, de <http://www.marketingdirecto.com/actualidad/anunciantes/el-mercado-de-la-cosmetica-tiene-que-ade cuarse-a-los-nuevos-consumidores/>

mysweetbio.es. (2012). *myseetbio.es*. Recuperado el 20 de ABRIL de 2012, de myseetbio.es: <http://www.mysweetbio.es/parking.php?ses=Y3JIPTEzMzU5OTUzMDcmdGNpZD13d3cubXlzd2VldGJpby5lczRmYTFhYjg3N2EyYjcXlYzMjAzNzc1JmZraT02NDI5OTM0MyZ0YXNrPXNIYXJjaCZkb21haW49bXlzd2VldGJpby5lcyZzPWU1NmUyOWUwNzNhOTIINGY2ZjgXJmxbmd1YWdlPWVzJmFfaWQ9MSZ0cmFja3F1ZXJ5PT>

Naturalmente Mío. (2010). *Naturalmente Mío*. Recuperado el 20 de 04 de 2012, de <http://www.naturalmentemio.com/historia.htm>

Sakuma. (2011). <http://www.sakuma.es/?p=389>. Recuperado el 23 de 04 de 2012, de <http://www.sakuma.es/?p=389>

SudCaliforniano. (2011). *SudCaliforniano*. Recuperado el 12 de 04 de 2012, de <http://www.oem.com.mx/elsudcaliforniano/notas/n2200194.htm>

tormo.com. (2009). *www.tormo.com.mx*. Recuperado el 10 de abril de 2012, de [www.tormo.com.mx: http://www.tormo.com.mx/articulos/204/Los_cosmeticos_como_oportunidades_de_negocios.html](http://www.tormo.com.mx:www.tormo.com.mx: http://www.tormo.com.mx/articulos/204/Los_cosmeticos_como_oportunidades_de_negocios.html)